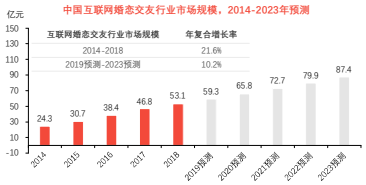
lax889889.com 299520.xyz

头豹 LeadLeo
400-072-5588

头豹研究院 | 休闲服务系列深度研究

2019 年
中国互联网婚恋交友行业研究报告

行业走势图



社交平台团队

张敏怡 分析师
邮箱：sophia.zhang@frostchina.com

相关热点报告

- 休闲服务系列深度研究——2019 年中国婚庆旅游行业研究报告
- 休闲服务系列深度研究——2019 年中国主题酒店行业研究报告
- 休闲服务系列深度研究——2019 年中国互联网黄金行业研究报告

报告摘要

互联网婚恋交友平台是一种以婚恋交友为目的的社交网站，其目的性较为明确。中国互联网婚恋交友行业起步较晚，发展初期主要依靠会员收入和增值服务收入，市场规模较小。2014 年伴随互联网人口红利逐步释放，其营业收入规模保持高速增长。受益于智能手机的轻便、高效等优势，移动用户快速增长，移动端成为了各大互联网婚恋交友平台的新增长点。互联网婚恋交友平台开始布局移动端，积极拓展行业新增长点。**2014 年至 2018 年，中国互联网婚恋交友市场规模由 24.3 亿元增长至 53.1 亿元，年复合增长率为 21.6%。**

热点一：大数据与人工智能技术优化用户体验

互联网婚恋交友服务平台应用大数据挖掘与机器学习手段，基于海量的用户信息及行为数据，深度挖掘用户的理想对象偏好，向用户更加精准推荐匹配对象，优化用户体验。此外，部分互联网婚恋交友平台将大数据与人工智能技术创新融合发展，构建智能客服、智能测评、智能网警等创新服务系统，为用户提供一个更为健康的婚恋交友环境。

热点二：婚恋需求大量释放驱动行业高速发展

2017 年中国 15 岁以上的单身人口规模高达 2.4 亿人，其中未婚人口规模高达 2.2 亿人。适婚人群、单身人口释放出的婚恋需求推动婚恋交友市场发展。在未婚人群中，男女性别比为 1.5，性别缺口超过 3900 万人，且未来此缺口仍将存在。在性别比例失调日益加剧的情况下，中国适婚人群的婚恋难度增大，给予了互联网婚恋交友平台发展重要契机。

热点三：平台将持续纵向拓展产业业务，构建多元化商业模式

中国互联网婚恋交友行业已迈入转型阶段，精细化运营以及创新发展成为各大互联网婚恋交友平台的重点发展战略，持续深耕核心服务业务同时延伸产业链产品，构建多元化商业模式，拓展市场空间。

liaohan.net nblax520.com

VISIT…

lax889889.com 299520.xyz

目录

1 方法论.....4
1.1 方法论.....4
1.2 名词解释.....5
2 中国互联网婚恋交友行业市场综述.....7
2.1 中国互联网婚恋交友行业定义及分类.....7
2.2 中国互联网婚恋交友行业发展历程.....7
2.3 中国互联网婚恋交友行业市场规模.....9
2.4 中国互联网婚恋交友行业产业链分析.....10
2.4.1 产业链上游.....11
2.4.2 产业链中游.....11
2.4.3 产业链下游.....12
2.5 中国互联网婚恋交友行业服务及盈利模式.....12
3 中国互联网婚恋交友行业驱动因素.....14
3.1 技术持续发展提升用户的服务满意度.....14
3.1.1 大数据与人工智能技术优化用户体验.....14
3.1.2 短视频与直播的应用丰富婚恋交友互动模式.....14
3.2 婚恋需求大量释放驱动行业高速发展.....15

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4 中国互联网婚恋交友行业制约因素.....17
4.1 信息安全问题制约行业发展.....17
4.2 用户粘性较低阻碍行业发展.....17
5 中国互联网婚恋交友行业发展趋势.....19
5.1 科技加持下行业智能化程度日趋加深.....19
5.2 区块链技术进一步强化信息认证机制.....19
5.3 持续纵向拓展产业业务，构建多元化商业模式.....20
6 中国互联网婚恋交友行业竞争格局.....22
6.1 竞争格局概述.....22
6.2 典型代表企业分析.....23
6.2.1 珍爱网.....23
6.2.2 百合佳缘.....25

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

图表目录

图 2-1 中国互联网婚恋交友行业发展历程.....8

图 2-2 中国互联网婚恋交友行业市场规模，2014-2023 年预测.....10

图 2-3 中国互联网婚恋交友产业链.....11

图 3-1 中国互联网网民年龄结构，2018 年.....15

图 6-1 中国互联网婚恋交友 APP 月活跃用户数 Top10，2019 年 3 月.....22

图 6-2 珍爱网的“红娘五步法”.....25

图 6-3 百合佳缘的商业模式.....26

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

1 方法论

1.1 方法论

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从婚恋交友、婚恋 O2O、婚礼服务等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 04 月完成。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

1.2 名词解释

- **Web：**PC 网页，在 Http 协议基础上，利用浏览器进行访问的网站。
- **WAP：**手机网页，包括传统的 WAP 网站、基于 H5 的手机网页、内嵌于微信公众号等平台的手机网页等。
- **APP：**客户端，指安装在移动设备上的软件。
- **小程序：**一种内嵌于互联网流量巨头平台中的无需下载即可使用的轻量级应用。
- **O2O：**“线上到线下”是一种新的电子商务模式，指线下的商业模式与互联网相结合，消费者可在线上完成交易后到线下体验产品。
- **云计算：**一种资源交付和使用模式，用户可通过互联网以自助服务的形式获取自身所需要的 IT 资源。
- **人工智能：**研究使计算机模拟人的某些思维过程和智能行为（如学习、推理、思考、规划等）的学科，主要包括计算机实现智能的原理、制造类似于人脑智能的计算机，使计算机能实现更高层次的应用。
- **IPO：**首次公开募股，指公司第一次将自身股票售给一般公众，是公开上市集资的一种类型。
- **A 股：**由中国境内公司发行，供境内机构、组织或个人（境内、港澳台居民）以人民币认购和交易的普通股股票。
- **AR：**增强现实技术，将真实世界与虚拟环境无缝连接的新技术，具有虚拟现实融合、实时交互、三维等特征。
- **VR：**虚拟现实技术，通过多源信息融合、深度交互的三维动态视景与实体行为共同使用户完全沉浸于该模拟环境中的计算机仿真系统。
- **LBS：**基于位置服务（Location Based Service），通过移动运营商的无线电通信网络

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

或外部定位方式获取移动终端用户的位置信息的一种服务。

- **区块链：**具有去中心化、信息不可篡改等特征的分布式账本数据库。
- **ARPU：**Average Revenue Per User（每用户平均收入）在某时间段内运营商从每个用户中获得的盈利空间。
- **世纪佳缘：**专注于为用户提供婚恋服务的互联网平台。
- **珍爱网：**主要为用户提供高效婚配服务的互联网婚恋交友服务平台，以 25-45 岁城市白领为客户群体。
- **有缘网：**从事普通大众婚恋服务的互联网婚恋交友平台，旨在帮助单身男女找到心仪对象。
- **百合网：**为用户提供专业交友、征婚等婚恋服务的互联网平台。
- **花田交友：**网易 2012 年推出的婚恋交友平台，主要为用户提供交友、婚配等婚恋服务。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

2 中国互联网婚恋交友行业市场综述

2.1 中国互联网婚恋交友行业定义及分类

互联网婚恋交友指用户借助互联网婚恋平台与其他异性用户进行沟通与了解，进而发展成为恋爱、婚姻关系，最终找到适合自己婚姻伴侣的交友行为。互联网婚恋交友平台是一种以婚恋交友为目的的社交网站，其目的性较为明确。

按产品服务划分，可将互联网婚恋交友分为互联网相亲以及互联网交友两种类型。其中互联网交友类型用户规模较为庞大，且用户年龄较年幼。**互联网交友**为“用户自助”模式，用户通过互联网婚恋交友平台主动认识自己想要了解的对象，无需红娘等中间人的参与。**互联网相亲**以“互联网+红娘”模式为主，用户基于互联网平台注册个人账号并成为会员提出相亲需求，红娘将通过电话或线下一对一服务模式为用户提供推荐与指导服务。

按业务载体划分，可将互联网婚恋交友分为 PC 端婚恋交友服务以及移动端婚恋交友服务两大类型。**PC 端婚恋交友服务**主要通过 Web 形式向用户提供婚恋交友产品服务，同时包括其衍生出的线下业务。**移动端婚恋交友服务**主要通过 WAP、APP、小程序等形式向用户提供婚恋交友产品服务。在移动互联网蓬勃发展以及用户社交形式趋向移动端的大背景下，移动端婚恋交友服务的用户渗透率日益增加，成为了互联网婚恋交友平台的主流获客平台。伴随小程序、APP 的核心技术革新，移动端婚恋交友服务平台将更加完善，功能更加丰富，其用户渗透率有望上升。

2.2 中国互联网婚恋交友行业发展历程

自 1998 年始，中国互联网婚恋交友行业经历了探索阶段、成长阶段、发展阶段，现已迈入转型阶段（见图 2-1）。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

图 2-1 中国互联网婚恋交友行业发展历程

来源：头豹研究院编辑整理

（1） 探索阶段（1998-2008 年）

1998 年中国交友中心在线网站成立，标志着互联网婚恋交友行业迈入探索阶段。伴随互联网婚恋交友逐步兴起，尝试网络征婚的用户亦日益增加，因此各大企业涌入互联网婚恋交友赛道。自 2003 年始，世纪佳缘、百合网、有缘网等互联网婚恋交友平台相继成立，行业发展进程加快。此阶段，互联网婚恋交友平台主要通过向用户提供免费沟通服务获得用户流量。2008 年全球经济危机爆发，互联网婚恋交友平台开始探索盈利模式，推出收费产品，提高企业的盈利空间。

（2） 成长阶段（2009-2011 年）

2008 年互联网婚恋交友平台推出的付费产品得到了市场的认可，激励着平台不断深度研发核心业务产品。2009 年各大互联网婚恋交友平台以运营效率、匹配效果等维度出发考量经营模式，具有用户资源优势的平台厂商开始构建线下实体店探索，正式尝试婚恋交友 O2O 服务。2010 年世纪佳缘与《天天向上》、《非诚勿扰》等休闲娱乐节目进行合作，先后登陆电视荧屏，发力娱乐化影视营销。此后，百合网、珍爱网等互联网婚恋交友平台开始与电视相亲节目合作，通过荧屏曝光提高平台品牌的知名度与影响力，快速抢占市场份额，行业竞争加速。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

（3） 发展阶段（2012-2016 年）

受益于智能手机快速兴起，互联网婚恋交友平台逐步向移动端布局。2012 年世纪佳缘开始着力于移动端产品服务开发，以更优质、高效的产品服务用户，提升用户体验。此外，在资本市场大力加持以及电视相亲节目日渐火爆的背景下，互联网婚恋交友平台的 PC 端服务逐渐发展成熟，平台流量开始向移动端转移。用户使用习惯由 PC 端转向移动端，移动端业务逐步兴起并催生行业变革，促进行业增长点的产生。2014 年移动互联网的快速发展以及用户社交逐步向移动端转移，互联网婚恋交友用户在移动端的渗透率不断提高。2015 年末，世纪佳缘与百合网宣布合并，这意味行业竞争不断加剧，行业集中度进程不断加快。

（4） 转型阶段（2017 年至今）

经历高速发展阶段后，行业积累了大批忠实用户，用户规模不断增加，互联网婚恋交友平台拥有海量的会员信息。此阶段互联网婚恋交友平台如何在海量的用户信息挖掘出更具商业价值的信息，探索多样化的盈利模式成为了行业发展的重要发展方向。

现阶段，具有技术实力或资本实力的企业，一方面不断应用大数据、云计算、人工智能等新科技以及心理学知识对会员信息进行深度挖掘与分析，进而向会员精准推荐和匹配对象；另一方面引入短视频、直播模式，提升会员的互动性，增强平台的用户黏性。在转型创新发展时期，互联网婚恋交友平台除不断提高技术竞争实力外，同时积极向产业链上下游拓展，打造一站式解决方案服务。互联网婚恋交友平台与金融理财、影视家装、婚纱摄影、蜜月旅行等领域的跨界合作，向产业链纵横延伸的步伐也开始加快。

2.3 中国互联网婚恋交友行业市场规模

中国互联网婚恋交友行业起步较晚，发展初期主要依靠会员收入和增值服务收入，市场规模较小。2014 年伴随互联网人口红利逐步释放，其营业收入规模保持高速增长。受益于智能手机的轻便、高效等优势，移动用户快速增长，移动端成为了各大互联网婚恋交友平台

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

的新增长点。互联网婚恋交友平台开始布局移动端 积极拓展行业新增长点。2014 年至 2018 年，中国互联网婚恋交友市场规模由 24.3 亿元增长至 53.1 亿元，年复合增长率为 21.6%（见

图 2-2）。

图 2-2 中国互联网婚恋交友行业市场规模，2014-2023 年预测

来源：头豹研究院编辑整理

在高新科技持续加持下，互联网婚恋交友行业有望获得新一轮增长点。人工智能技术与现有产品体系不断深入融合，研发出更多创新型产品服务模式，进一步优化用户体验。同时通过大数据、云计算、AR、VR 等技术持续推动产品升级，并不断向产业链上下游延伸，拓展多元化产品服务模式。

此外，伴随 85 后、90 后人群的婚恋需求不断增加，中国互联网婚恋交友行业用户规模将有望持续扩大，行业将迎来全新发展机遇，中国互联网婚恋交友市场规模将持续增长。至 2023 年中国互联网婚恋市场规模将高达 87.4 亿元。

2.4 中国互联网婚恋交友行业产业链分析

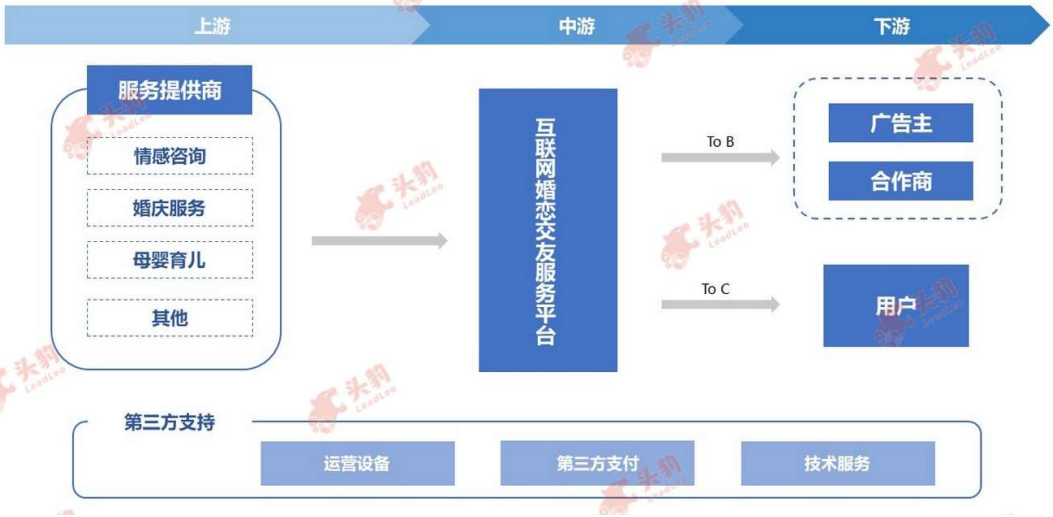
中国互联网婚恋交友行业的产业链由上游服务提供商、中游的婚恋交友服务平台、下游的广告主、合作商、用户，以及第三方支持机构组成（见图 2-3）。其中**第三方支持**的各类型企业为互联网婚恋交友服务平台提供基础支持，推动行业快速发展。**运营设备及技术服务**

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

商主要向互联网婚恋交友服务平台提供产品开发、平台运营管理等各个环节的软硬件产品及相关技术支持。**第三方支付商**主要负责向用户收取会员费或其他产品消费金额。

图 2-3 中国互联网婚恋交友产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 产业链上游

中国互联网婚恋交友产业链的上游主体为情感咨询提供商、婚庆服务提供商、母婴育儿提供商等。上游服务提供商主要为互联网婚恋交友服务平台提供情感咨询、婚纱摄影、婚礼庆典、母婴育儿等产品资源，涉及用户婚前、结婚与婚后整个婚恋周期服务。伴随互联网婚恋交友服务平台竞争日趋激烈，其将不断细分产业服务，持续向婚恋产业链纵横深耕，挖掘更多产品服务用户，增强用户黏性。上游服务提供商将有望获得更多的资源对接以及延伸出更多不同行业类型服务提供商。上游服务提供商的垂直化与多元化程度不断提升，其市场竞争将不断加剧，上游行业集中度或将有望进一步提升。

2.4.2 产业链中游

中国互联网婚恋交友产业链的中游主体为互联网婚恋交友服务平台，主要负责向用户提供高效、便捷的婚配服务产品。互联网婚恋交友服务平台的服务模式伴随着用户的个性化需求改变而不断创新，不断探索衍生服务模式，多维度提升用户体验，进而构筑多元化盈利模式。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

此外，在移动互联网的发展和 VR、AR、人工智能等新技术的兴起与持续革新，互联网婚恋交友服务平台的服务模式将迎来更多的创新机遇，行业盈利空间进一步扩大。同时伴随市场不断教育互联网用户付费习惯的养成，互联网婚恋交友服务平台的付费产品将逐步增加，盈利空间更进一步扩大。

2.4.3 产业链下游

纵观中国互联网婚恋服务各年龄段活跃用户及行为分布，30 岁以下用户的访问次数以及使用时长占比接近八成。这意味着 30 岁以下用户拥有更高的活跃度和使用黏性，其婚恋需求更为突出，是互联网婚恋交友平台的主要目标客户群体。年轻化的主力客户群体将进一步推动婚恋交友含片模块互动化、娱乐化升级。另外 90 后更能接受在互联网上寻找终身伴侣、恋爱交友的方式更容易接受。伴随 90 后等以互联网为主要信息获取渠道的用户开始进入适婚年龄，其婚恋需求逐步释放，将进一步推动互联网婚恋交友行业的高速发展。

2.5 中国互联网婚恋交友行业服务及盈利模式

中国互联网婚恋平台现阶段的服务模式主要分为线上服务和 O2O 服务，其中线上服务的用户可获得个性化的会员服务和多样化的增值服务，而 O2O 服务用户的 ARPU 值高且个性化定制灵活度高。近几年随着移动互联网的发展和 VR、AI 等技术的发展和兴起，中国互联网婚恋行业将迎来服务模式的创新。从市场整体服务模式来看，由于线上服务模式经过多年的发展已比较成熟，而 O2O 服务现阶段持续向婚庆、母婴、旅游等衍生领域拓展，市场增长空间及潜力较大，未来 O2O 服务将成为市场重点发展方向，互联网婚恋平台也会更多的和下游产品服务供应商加强合作。

中国互联网婚恋平台的盈利模式分为 2B 端和 2C 端，目前在所有盈利模式中，会员费和一对一服务费是互联网婚恋企业主要的盈利模式。

（1） 企业端（2B）：线上收入部分包括网络广告、电商等网站导流等，线下部分则主要

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

包括合作商特许经营费、合作商销售分成和直营店营收等。

（2） 用户端（2C）：线上收入部分包括会员服务以及增值服务，线下部分包括一对一服务和线下活动等。其中会员费以月度/季度/年度的形式收取，种类丰富；增值服务以提高婚恋成功为目的，主要为按次付费。

随着互联网婚恋服务的发展，用户端 O2O 服务营收将持续增加。首先，2C 端营收为网络婚恋平台的主要收入。其次虽然线上服务整体用户规模较大，但受到线上服务逐渐向免费服务方式发展的影响，用户 ARPU 值偏低，线上服务营收占比将呈下降趋势。第三，由于 O2O 服务相对于线上服务更有针对性，用户 ARPU 值高，且 O2O 服务可拓展的衍生服务市场潜力巨大，未来 O2O 服务盈利模式重要性将持续提高。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

3 中国互联网婚恋交友行业驱动因素

3.1 技术持续发展提升用户的服务满意度

3.1.1 大数据与人工智能技术优化用户体验

伴随大数据、人工智能技术的快速发展，互联网婚恋交友平台借助其技术优势，不断创新发展婚恋服务模式，提升用户满意度，同时提高平台的运营效率。互联网婚恋交友服务平台通过大数据技术，应用其大数据挖掘与机器学习手段，基于海量的用户信息及行为数据，深度挖掘用户的理想对象偏好，向用户更加精准地推荐匹配的合适对象，优化用户体验。另外，部分互联网婚恋交友服务平台在在精准匹配中应用 LBS 定位技术增强用户之间的互动性，提升用户的相亲体验。

此外，部分互联网婚恋交友平台将大数据与人工智能技术创新融合发展，构建智能客服、智能测评、智能网警等创新服务系统。互联网婚恋交友平台不断推出技术型服务系统，一方面提高用户真实性，优化服务质量；另一方面搭建线上线下双向协同发展产品模式，构建更为全面的用户服务风险防控系统，为用户提供一个更为健康的婚恋交友环境。

3.1.2 短视频与直播的应用丰富婚恋交友互动模式

移动互联网等科技的进步使媒体形式进一步丰富，短视频、直播等社交互动产品开始涌现，其应用场景迅速扩大，渗透至学习、工作、办公等场景中。短视频、直播平台的兴起为互联网婚恋交友平台提供了一个融入泛社交类产品模式，增加用户的使用时长，提升了用户体验，进而增强用户黏性。例如 2017 年珍爱网推出的直播产品，用户在主界面中搜索到感兴趣的直播用户，便可以直接申请连麦，进行一对一聊天沟通，而其他用户亦可以在直播间浏览双方的直播情况。这种创新型的婚恋交友互动产品模式，有效提升用户之间的互动性，在一定程度上使得互联网婚恋服务平台能够积累更多用户信息，有利于平台针对用户数据的

liaohan.net nblax520.com

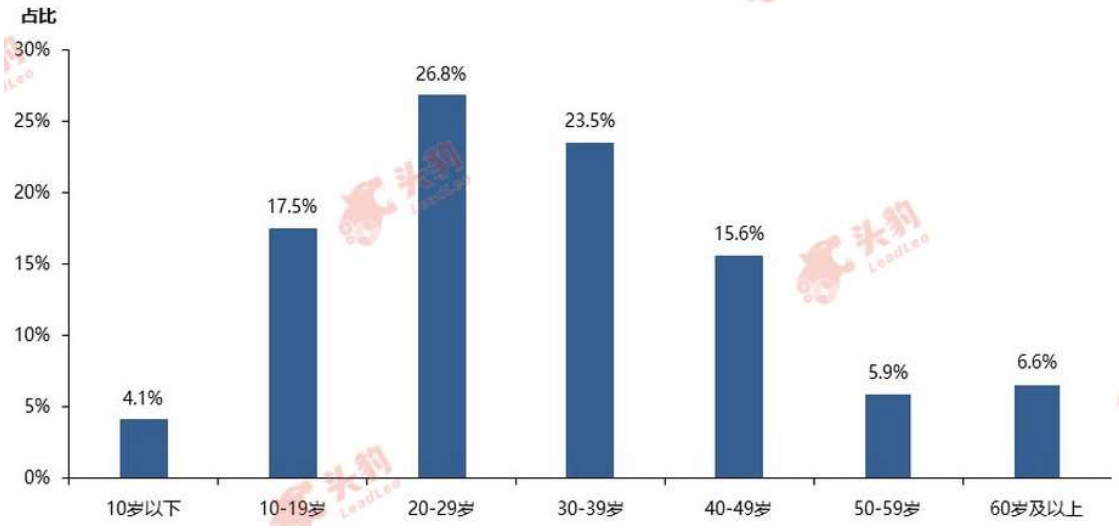
lax889889.com 299520.xyz

挖掘与分析，实现精准化对象匹配，提升用户体验。

3.2 婚恋需求大量释放驱动行业高速发展

受益于庞大的适婚人群、单身人口规模较大且性别缺口较大释放出大量的婚恋需求，婚恋交友市场迎来重大发展机遇。1980 至 2000 年是中国生育高峰期，且在 1987 年达到顶峰。1984 至 1999 年出生的人群（20-35 岁人群）超过 3 亿人，其正在进入婚恋需求期。庞大的适婚人群成为中国互联网婚恋市场发展的重要驱动力量。而根据《中国统计数据年鉴 2018》数据显示，2017 年中国 15 岁以上的单身人口规模高达 2.4 亿人，其中未婚人口规模高达 2.2 亿人。庞大的单身人口规模奠定了婚恋交友市场的强大基础。在未婚人群中，男女性别比为 1.5，性别缺口超过 3900 万人，且未来此缺口仍将存在。在性别比例失调日益加剧的情况下，中国适婚人群的婚恋难度增大，这在一定程度上给予了互联网婚恋交友平台发展重要契机。

图 3-1 中国互联网网民年龄结构，2018 年



来源：CNNIC，头豹研究院编辑整理

2018 年中国互联网的主要使用者为 20-39 岁年龄段用户（见图 3-1），该用户群体为 80 后与 90 后，其在获取信息主要依赖于互联网。这意味着当前适婚人群更能接受通过互联网寻找婚恋交友对象。这在一定程度上激励互联网婚恋交友平台的高速发展。此外，伴随互联网、移动互联网技术不断完善与发展成熟，其应用模式将不断升级，日益渗透于用户日

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

常生活方方面面，将进一步推动互联网婚恋交友平台的用户渗透率提升，从而助推行业的快速发展。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

4 中国互联网婚恋交友行业制约因素

4.1 信息安全问题制约行业发展

由于中国互联网婚恋平台的用户信息认证机制仍处于完善阶段，虚假信息泛滥问题依然存在，阻碍行业健康发展。互联网婚恋交友是利用互联网平台将大量用户聚合起来，用户在虚拟场景下进行交流、互换信息，因此用户信息的准确性是行业发展的坚实基础。当前，婚恋交友平台以采用用户提交真实姓名及身份证进行实名制认证，但部分婚恋交友平台无法核实用户身份信息。这意味着婚恋交友平台无法核实用户是否利用他人身份证进行认证。另外，用户所填写的学历、婚恋状况等信息由于缺乏相应的认证渠道，婚恋交友平台难以核实用户所填写该信息是否属实。虚假信息的存在，一方面造成用户使用效果不佳，从而影响婚恋交友平台自身的口碑；另一方面让不法分子有机可乘，通过信息造假进行网络行骗，侵害正当用户权益。

此外，用户在婚恋交友平台中注册账号时，需填写姓名、学历、身份证、手机号码、薪酬待遇等个人信息，部分信息涉及到用户个人隐私，一旦被不法分子利用将会造成重大的负面影响。如何有效保护用户隐私，防止因信息泄露导致用户的个人权益受到侵害亟需互联网婚恋交友平台亟需解决。

4.2 用户粘性较低阻碍行业发展

互联网婚恋交友平台的用户较多为一次性消费，用户找到心仪对象后，难以回到平台，用户黏性较低。这意味着互联网婚恋交友平台的的用户生命周期较短，且迭代更新程度较快，以至于其盈利模式较为狭窄。通常情况下，用户寻找到适合自己恋爱与结婚的对象后，便进入下一个节阶段，如约会、旅行、旅拍、婚礼摄影、婚礼宴席等。尽管目前部分头部互联网婚恋交友平台企业已延伸产业服务，包括婚礼策划、婚礼主持、情感咨询、婚摄摄影、室内

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

装修等泛结婚服务。但这些产业服务在其领域中拥有更为专业的平台服务，由于部分用户的消费心理趋向“具有丰富经验以及专业化程度更高的平台”，以至于用户的注意力不再停留在互联网婚恋交友平台，而是转向更为专业的旅行拍摄、婚摄摄影、蜜月旅游、婚礼庆典等服务平台。互联网婚恋交友平台的用户粘性较弱，在一定程度上影响行业的衍生产业服务推广，行业盈利模式发展受阻，导致行业发展进程放缓。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

5 中国互联网婚恋交友行业发展趋势

5.1 科技加持下行业智能化程度日趋加深

受益于人工智能、AR、VR 等新兴技术的迭代更新，婚恋交友平台逐步以技术赋能产品与服务模式，不断提升用户体验。婚恋交友将现有的产品体系与服务模式与新兴技术创新融合，提升婚恋交友平台的产品与服务专业化，进一步满足用户的个性化与多元化需求。

在**线上平台**层面，互联网婚恋交友平台基于人工智能技术，推出智能化服务助手，例如世纪佳缘推出智能语音机器人“缘缘助手”、“一个 AI”等智能化产品。智能化产品的推出，有利于提升用户体验，增强用户黏性。

在**线下门店**层面，互联网婚恋交友平台通过打造场景化与智能化的线下体验模式，借助智能化应用提升服务体系标准化，提高行业运营效率。一方面，互联网婚恋交友平台将 AR、VR 技术与现有婚恋交友产品深度融合，为用户提供一个沉浸式的约会、婚礼酒店场景，促进用户间的互动性增强。另一方面，互联网婚恋交友平台日益大力推行人脸识别技术的身份信息鉴别系统，有效提升用户信息的准确率，在一定程度上提升婚恋服务的诚信度。

5.2 区块链技术进一步强化信息认证机制

当前，中国互联网婚恋交友平台通过人脸识别技术、实名制身份认证、学历认证等方式鉴别用户信息的真实性。区块链具有信息不可篡改、信息透明化等优势，这意味着在区块链技术应用系统中，用户难以伪造信息，侵犯合法用户的利益。在区块链技术的不断创新发展大背景下，互联网婚恋交友平台逐步利用区块链技术解决用户信息安全的问题，为合法用户提供一个健康、有序的婚恋交友平台。区块链技术与人工智能、大数据等技术进行融合创新，从海量的用户中剔除可疑用户，同时能够有效拦截垃圾信息，净化互联网交友环境，保护用户的隐私信息和虚拟数字资产。例如 2018 年百合佳缘推出“BHChina”区块链平台，基于

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

百合佳缘内部用户信息数据库，通过区块链、人工智能、大数据、生物识别认证等技术对用户的合法身份进行有效认证，对可疑的用户进行有效的拦截和清除，并对其发出的垃圾信息进行单边隐藏，保护合法用户的权益。

伴随区块链技术的不断成熟与完善，其应用领域将日益增加，在互联网婚恋交友市场中的渗透率将不断上升。区块链技术的应用将进一步强化信息认证机制，有效解决互联网婚恋交友长期面临的用户信息安全问题，提高平台用户的信任度。

5.3 持续纵向拓展产业业务，构建多元化商业模式

中国互联网婚恋交友行业已迈入转型阶段，精细化运营以及创新发展成为各大互联网婚恋交友平台的重点发展战略，持续深耕核心服务的同时不断延伸产业链产品，构建多元化商业模式，拓展市场的增长空间。一方面，在精细化运营推动下，互联网婚恋交友平台将持续深度研发衍生产品，不断提升产品竞争实力，其垂直化与多样化程度将日趋凸显。另一方面，为解决互联网婚恋交友平台用户的活跃周期较短的问题，各大互联网婚恋交友平台不断丰富产品业务，满足用户的多层次、个性化需求，有利于延长用户的活跃周期、延长平台产品的生命周期。

互联网婚恋交友平台的产业延伸主要聚焦于结婚服务领域，结婚领域涉及细分行业众多，如婚礼策划、婚纱摄影、珠宝钻戒、婚宴预订、蜜月旅行、家纺家电、室内装修、汽车房产等。用户寻找到心仪对象后，其关系或将发展至备婚阶段。互联网婚恋交友平台深度挖掘备婚用户的产品需求，向婚礼业务拓展，丰富自身产品体系以及业务结构，为用户提供“寻找对象、婚礼服务”的泛结婚一站式解决方案。90 后用户群体的互联网属性较为强烈，更倾向于通过在线平台获取自身所需信息与产品服务。伴随此类用户群体逐渐成为互联网婚恋交友平台的核心客户，互联网婚恋交友平台基于自身婚恋交友核心业务并向结婚产业链拓展的产业业务，将契合 90 后等客户群体的需求。互联网婚恋交友平台不断纵向深耕互联网婚恋

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

交友产业链 积极拓展结婚产业链全新业务 将进一步推动互联网婚恋交友服务市场的发展。

liaohan.net nblax520.com

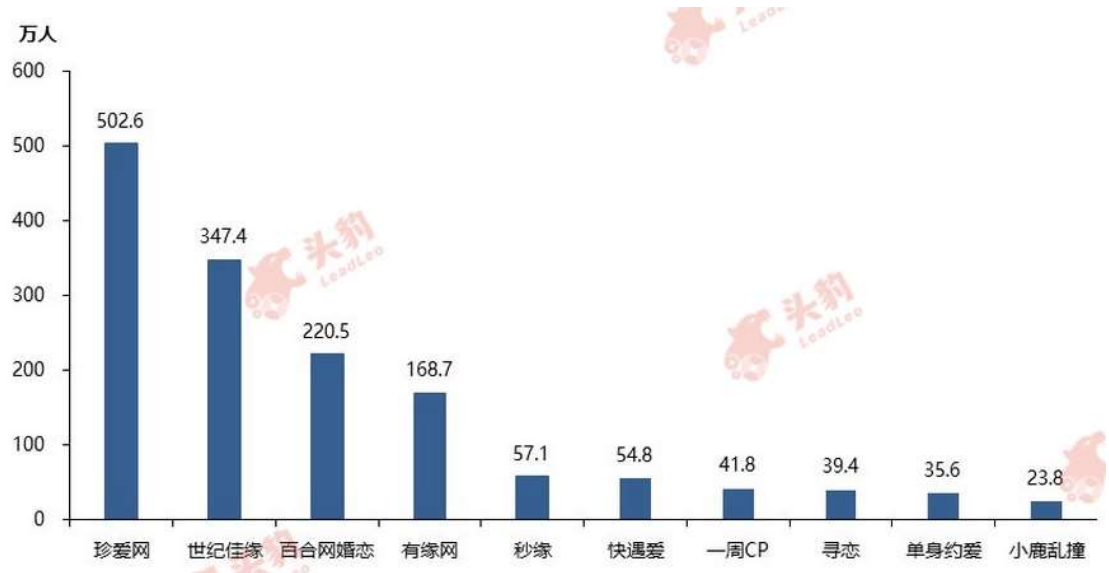
lax889889.com 299520.xyz

6 中国互联网婚恋交友行业竞争格局

6.1 竞争格局概述

纵观中国互联网婚恋交友行业竞争格局，行业参与者主要分为四大类型：互联网婚恋交友平台、传统婚介服务公司、信息服务类平台以及互联网门户网站。互联网婚恋交友平台凭借线上与线下相结合形式，有效提高用户征婚效率，服务质量较高，典型代表参与者为百合网、珍爱网、世纪佳缘。传统婚介服务公司具有丰富的线下婚介服务经验，本土资源较好，典型代表参与者为有缘网、玫瑰情人、想恋爱。信息服务类平台在线上信息服务方面积累了丰富的从业经验，典型代表参与者为 58 同城的同城交友、赶集婚恋交友等。互联网门户网站凭借自身在互联网平台的多年深耕，拥有庞大的用户流量且媒体属性较为强烈，品牌优势较为突出，典型代表参与者为花田交友。

图 6-1 中国互联网婚恋交友 APP 月活跃用户数 Top10，2019 年 3 月



来源：头豹研究院编辑整理

互联网婚恋交友行业经历多轮优胜劣汰后，品牌知名度、深度服务等壁垒已成，头部玩家市场地位日趋稳固，初创企业难以脱颖而出，市场集中进程加快。从移动端用户规模来看（见图 6-1），2019 年 3 月珍爱网、世纪佳缘以及百合网位居前三，且月活跃用户数总和

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

远远超过其他七个 APP。这意味着头部平台占据互联网婚恋交友行业的主要份额，尾部平台的市场份额相对较少，行业集中度较高。

在移动互联网消费下沉的背景下，中国互联网婚恋交友市场也瞄准下沉市场，开始布局三四线城市，因为这些地区市场的渗透率偏低，而单身群体的总体数量却占据绝对优势,这为互联网婚恋行业发力下沉市场提供了坚实的用户基础。行业发展阶段已由成熟时期迈入创新变革时期，行业的马太效应十分显著。在品牌经营层面，头部平台企业已积累强大的用户规模与品牌影响力，具有先天竞争优势。此外，在互联网用户红利减弱的影响下，各大平台新用户成本逐渐上升，同时平台技术壁垒不断提高，行业新进者将逐渐减少，市场竞争进一步加剧，行业集中度进一步提高。

6.2 典型代表企业分析

6.2.1 珍爱网

6.2.1.1 企业简介

深圳市珍爱网信息技术有限公司（简称“珍爱网”）成立于 2005 年 8 月，其前身为中国交友中心，专注于以线上与线下相结合的婚恋相亲服务。珍爱网已开设有 67 家直营红娘服务门店，拥有专业红娘超过 3000 人，服务会员超过 1.4 亿人。

6.2.1.2 商业模式

珍爱网通过“网络筛选+人工红娘+线下直营店”高效的婚配服务模式，形成以线上自助约会与线上线下 O2O 相亲红娘服务的商业模式。在线上自助约会层面，珍爱网主要以会员费用与增值服务费用为经营收入。在线上线下 O2O 的相亲红娘服务模式层面，珍爱网通过线上电话红娘服务模式以及推行直营门店红娘服务，向用户提供红娘服务，进而收取相应的产品服务费用。

此外，珍爱网不仅横向深耕互联网婚配交友产业链，同时纵向延伸行业产业模式，积极

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

拓展婚配交友周边产业，如向用户提供情感咨询、表白求婚咨询、形象打造等服务。

6.2.1.3 竞争优势

（1） 引入新兴技术推动企业创新发展

基于人工智能技术，珍爱网引入芝麻信用和 Sense Time（商汤科技）构筑“人工智能相亲”模式，为会员提供一个安全且高效的婚恋交友环境。一方面，珍爱网通过与芝麻信用，借助其权威信用评估及新管理机构提升会员的信息真实性；另一方面，珍爱网通过与商汤科技合作，借助其在大数据、云计算等技术优势，提高会员匹配效果，提升用户相亲效率。同时，珍爱网利用人工智能等技术自主研发出具有监控、识别、打击不诚信用户功能的“天网系统”。该系统能够对不良用户实行全方位监控、用户行为轨迹识别、智能打击控制等策略，进而保护平台正常用户的合法权益。

伴随短视频、直播平台的兴起，珍爱网借助移动互联网技术打造更贴近在线婚恋使用场景的双屏直播模式。珍爱直播平台的打造，实现商业模式与用户体验的适配，为用户提供极致服务，打造优质的品牌影响力。此外，2018 年初珍爱网率先推出“珍爱网同城约会相亲婚恋平台”、“珍爱名企交友”、“珍爱情感咨询”小程序应用，通过轻量级的婚恋交友模式为用户提供更加快捷、高效的产品服务。

（2） 高效的婚配服务模式

珍爱网采用“网络筛选+人工红娘+线下直营店”的服务模式。其中在线下直营店层面，直营店均由珍爱网总部统一管理，同时珍爱网采用红娘统一管理、系统培训的方式，保障每一位红娘为用户提供专业、标准的服务，旨在保证婚恋交友服务标准化，保证用户优质的服务体验。珍爱网采取的直营模式的婚配模式，有益于企业积累用户口碑，营造良好的品牌影响力，从而助推企业持续保持行业领导地位。

另外，珍爱网借助于对行业与用户的洞察，创新研发出“红娘五步法”（见图 6-2），向

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

用户提供高质量、高效率和高安全性的婚配交友服务，同时提供形象打造、表白、求婚等婚配交友周边服务。

图 6-2 珍爱网的“红娘五步法”

来源：头豹研究院编辑整理

6.2.2 百合佳缘

6.2.2.1 企业简介

百合佳缘网络集团股份有限公司（简称“百合佳缘”）成立于 2004 年 6 月，以情感服务为生态核心业务，打造婚恋交友服务、情感咨询服务、婚礼庆典、婚纱摄影、婚礼地产等产品服务，旨在为用户提供婚恋领域全方位服务。2015 年 11 月百合网（股票代码：834214）挂牌新三板。百合网与世纪佳缘于 2015 年 12 月宣布合并，并于 2017 年正式完成合并工作，以强强联合方式共同推进双方品牌运营下的各项业务整合与发展。百合佳缘已在全国开设城市实体店 211 家，主要分布于北京、上海、广州、深圳、天津、太原、杭州、济南、南京、武汉等城市。受益于与世纪佳缘合并业务共同发展，以及婚礼业务的增长， 2018 年百合佳缘营业收入达 13.3 亿元，同比增长 98.1%。

6.2.2.2 商业模式

百合佳缘基于用户的“恋爱—结婚—婚后生活”的婚恋周期，在线上线下双向布局构建婚恋全产业链，向用户提供全方位的婚恋产品与服务，进而打造 TO C 端与 TO B 端的盈利模式（见图 6-3）。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

图 6-3 百合佳缘的商业模式

模式	产品服务		主要内容
TO C	婚恋交友服务	线上	• 通过PC端和移动端向用户提供沟通类产品、展示类产品和自主类产品，匹配心仪的交友对象，并与心仪对象建立沟通；同时通过网站提供的增值服务来提高交往的成功率等
		线下	• 主要为一对一的红娘服务以及线下活动
	情感咨询服务	情感维护服务	• 采取线下一对一的情感顾问服务，帮助用户进行情感问题的专业诊断，提供解决方案并协助进行方案实施
		情感培训服务	• 通过线上线下相结合为用户提供情感培训课程服务、情感倾诉服务等
	婚礼服务		• 通过线上线下相结合为用户提供与婚礼相关的预订服务、婚宴服务、婚礼庆典以及一站式的婚礼解决方案
TO B	商业合作		• 为客户提供线上线下广告服务和组织线下活动等

来源：头豹研究院编辑整理

（1） TO C 端

在 TO C 端上，百合佳缘主要向用户提供婚恋交友服务、情感咨询服务、婚礼服务等产品服务。

在婚恋交友服务层面上，百合佳缘分别从线上与线下两种形式为用户提供婚恋交友服务。其中线上收入包括会员服务（主要以月度、季度、年度的形式收取）以及增值服务（以提高婚恋成功为目的，按次付费）费用；线下收入主要为红娘服务以及线下活动。

在情感咨询服务层面上，百合佳缘向用户提供线下一对一的情感顾问服务以及情感培训服务两种，进而从中获得相应的培训服务费用。

在婚礼服务层面上，百合佳缘主要是通过线上线下相结合为用户提供婚宴、婚庆、婚纱摄影、旅拍、蜜月游等与婚礼相关的预订服务，从中收取相应的费用。

（2） TO B 端

在 TO B 端上，百合佳缘主要为广告主、合作商等客户提供线上线下营销推广服务。在与广告主合作上，百合佳缘向广告主提供一个线上线下的广告服务，包括网络广告展示，线下活动品牌冠名等，进而从中收取市场推广费用等。在与合作商合作上，百合佳缘为联营店、情感培训机构、情感咨询机构、婚庆婚宴、婚纱摄影等商家提供特许加盟服务、预订服务等，

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

并收取相应的合作费用。

6.2.2.3 竞争优势

（1） 强大的技术与产品优势

百合佳缘自成立以来，较为注重核心技术与主打产品的研发。在技术层面，百合网重视研发分布式搜索、基于协同过滤算法的推荐、人脸识别及用户头像审核、垃圾信件过滤筛选、即时通讯、心灵匹配算法、图片动态截取压缩、婚恋业务平台以及客户端等相关技术。当前，百合佳缘积极完善现有业务平台，持续优化平台服务能力，向用户提供更优质的服务，进而支撑公司未来多平台、多品牌的战略发展。同时，百合佳缘深度研发智能推荐技术，协助用户更加迅速、精准的找到心仪的婚恋交友对象。

在产品层面，百合佳缘推出多元化的产品与服务，包括线上增值服务、线下服务（一对一红娘服务、联谊活动等）、情感咨询服务、婚礼周边服务（婚纱摄影、婚礼庆典、蜜月游等），满足客户个性化需求。

（2） 个性化的客户服务模式

百合佳缘于 2005 年开创“心灵匹配、成就幸福婚姻”的独特婚恋服务模式，以专业心理测试为基础，推出“心灵匹配测评系统”，为用户更加精准的寻找适合自己的婚恋交友对象。“心灵匹配测评系统”主要从恋爱类型、个性特征相容、价值观念相似、关系互动和谐等维度寻找和匹配用户的目标对象，助推用户找到更匹配和幸福指数更高的伴侣。“心灵匹配测评系统”的推出，契合都市白领对高效率、高质量的婚恋交友服务要求。

（3） 品牌强强联合加强综合竞争力

2017 年百合网与世纪佳缘完成合并，通过保持双品牌经营，共享用户数据与流量，打造全生态商业模式，加强企业核心竞争力，进一步强化企业在互联网婚恋交友市场中的领导地位。

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展

四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

头豹 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报

图说

表说

专家说

数说

详情请咨询

客服电话
400-072-5588

上海
王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京
杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳
李先生： 18916233114
李女士： 18049912451

liaohan.net nblax520.com

lax889889.com 299520.xyz

如果群里报告过期

请加微信联系我索取最新

1、每日微信群内分享7+最新重磅报告;

2、每日分享当日华尔街日报、金融时报

3、如果看到群里报告过期了，请扫码联系

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，仅分发做内部学习

扫一扫二维码后台回复 加群

加入“研究报告”微信报告群。

liaohan.net nblax520.com